

# SKRIPSI

DEWI ANGGRAENI

## ANALISIS FAKTOR - FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN FAST FOOD Mc. DONALD'S GALAXI MALL DI SURABAYA



No. INDIK	1330/01
TGL TERIMA	14-03-01
REVISI	
FAKULTAS	
No. BUKU	FE-m Ang ab-1
KOP. KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
S U R A B A Y A

2000

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN FAST FOOD  
Mc.DONALD'S GALAXI MALL DI SURABAYA**

**SKRIPSI**  
diajukan kepada  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

**OLEH :**  
**DEWI ANGGRAENI**  
**3103096333**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**AGUSTUS 2000**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran Fast Food Mc.Donald's Galaxi Mall di Surabaya yang ditulis oleh Dewi Anggraeni telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I : Dra. Ec. Arini, MM



Pembimbing II : Drs. Ec. Daniel Tulasi, MM

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Dewi Anggraeni NRP: 3103096333

Telah disetujui pada tanggal 15 September 2021 Dan dinyatakan lulus oleh

Ketua Tim Penguji:



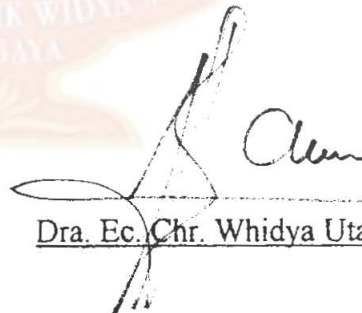
Drs. Ec. Tri Harjono

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs. Simon Harianto, Ak.



Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kasih dan anugerah yang telah dilimpahkan, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran Fast Food Mc.Donald’s Galaxi Mall di Surabaya” yang merupakan prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi ini dapat tersusun atas bantuan, partisipasi dan motivasi dari banyak pihak, sehingga dalam kesempatan yang baik ini ingin diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yang Terhormat :

1. Bapak Drs. Simon Harianto, Ak., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Arini, MM dan Bapak Drs. Ec. Daniel Tulasi, MM, dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi saat penyusunan skripsi ini berlangsung.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu di saat proses belajar mengajar.



5. Bapak Nugroho, Pimpinan Restoran Fast Food Mc.Donald's Galaxi Mall di Surabaya yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dan informasi serta data yang dibutuhkan.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan yang telah memberikan pelayanan dan penyediaan literatur yang dibutuhkan.
7. Papa dan Mama tercinta serta Saudara-Saudara yang telah membantu, memberikan motivasi, serta mendoakan guna kelancaran skripsi ini.
8. Semua teman-teman, baik secara langsung maupun tidak langsung telah banyak memberikan dorongan, bantuan dan doa dalam penyusunan skripsi ini.

Kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan memimpin, melindungi dan memberkati semua pihak yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Namun disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan dalam mengolah data dan menganalisa permasalahan. Oleh sebab itu, segala saran dan kritik membangun dari pembaca sangat diharapkan.

Akhir kata, diharapkan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi setiap pembacanya.

Surabaya, Agustus 2000

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	3
1.5. Sistematika Skripsi .....	4
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Kepuasan Konsumen ( <i>Consumer Satisfaction</i> ) ✓.....	10
2.2.2. Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) ✓.....	15
2.2.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek ✓.....	20
2.3. Hipotesis .....	21

BAB 3 : METODE PENELITIAN .....	23
3.1. Desain Penelitian .....	23
3.2. Identifikasi Variabel .....	23
3.3. Definisi Operasional .....	23
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5. Pengukuran Data .....	27
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.8. Teknik Pengambilan Data .....	28
3.9. Teknik Analisis Data .....	28
3.9.1. Regresi Linier Berganda .....	29
3.9.2. Koefisien Korelasi Berganda .....	29
3.9.3. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	30
3.9.4. Koefisien Determinasi Parsial ( $r_i^2$ ) .....	31
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis .....	32
3.10.1. Uji Hipotesis Secara Serempak (Uji-F) .....	32
3.10.2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) .....	33
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	35
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	35
4.2. Deskripsi Data .....	36
4.3. Pengujian Hipotesis .....	37
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.3.2. Analisis Determinasi dan Korelasi Berganda .....	39

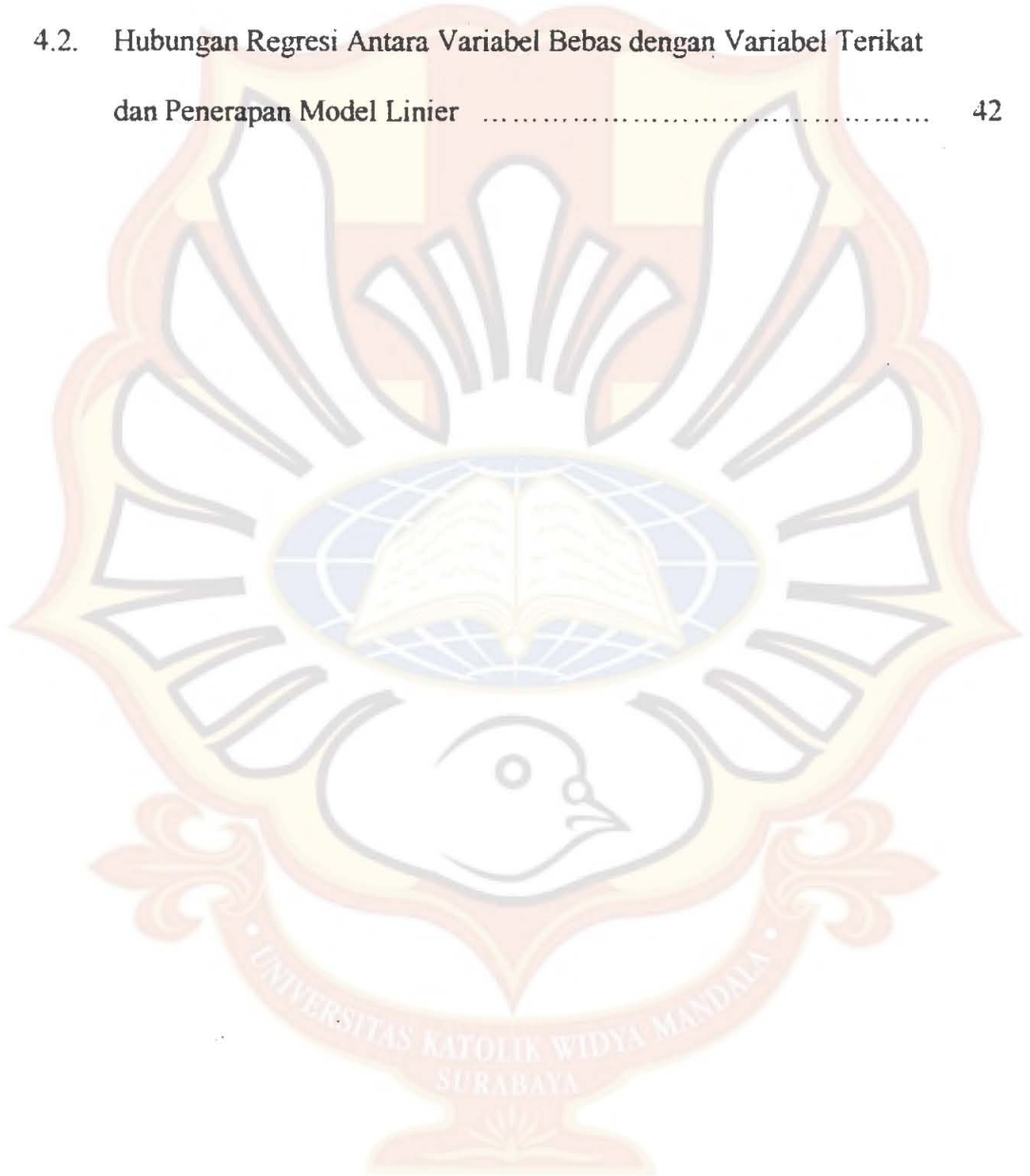


4.3.3. Uji Hipotesis Secara Serempak (Uji F) .....	40
4.3.4. Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	42
4.3.5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial .....	46
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN .....	48
5.1. Simpulan .....	48
5.2. Saran .....	49
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
4.1. Hasil Perhitungan Hubungan Secara Simultan atau Keseluruhan ....	40
4.2. Hubungan Regresi Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat dan Penerapan Model Linier .....	42

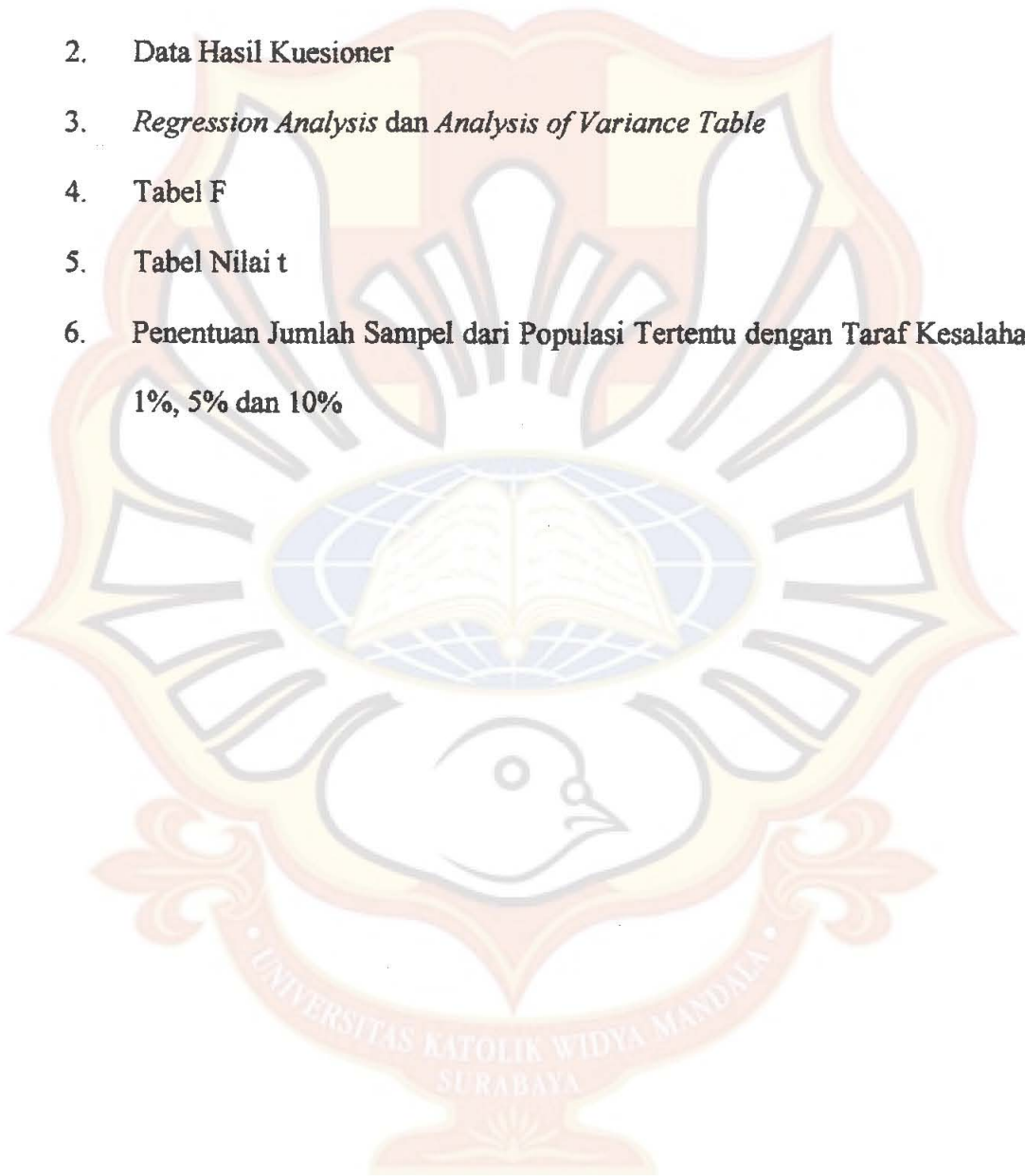


## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	12
4.1. Distribusi Kriteria Penerimaan/Penolakan Hipotesis Secara Simultan .....	41
4.2. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Variabel <i>Product Related Factors</i> ( $X_1$ ) .....	43
4.3. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Variabel <i>Service Related Factors</i> ( $X_2$ ) .....	44
4.4. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Variabel <i>Purchase Factors</i> ( $X_3$ ) .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Kuesioner
2. Data Hasil Kuesioner
3. *Regression Analysis* dan *Analysis of Variance Table*
4. Tabel F
5. Tabel Nilai t
6. Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%





## ABSTRAKSI

Melihat banyaknya produsen yang mengelola restoran *fast food* yang ada, maka konsumen pun memiliki semakin banyak alternatif dalam mengkonsumsi *fast food*. Oleh karena itu, restoran-restoran *fast food* yang ada dituntut untuk memperhatikan kepuasan konsumen yaitu dengan berusaha memberikan “yang terbaik” guna memuaskan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari para konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen tersebut, diharapkan dapat mendorong loyalitas konsumen terhadap restoran *fast food* tertentu.

Dalam menjalankan bisnisnya tersebut, Mc.Donald's memegang prinsip yang dijalankan secara ketat yaitu QSCV (*Quality, Satisfaction, Cleanliness, Value*) untuk memberikan kepuasan maksimum kepada para konsumennya. Hal inilah yang membuat Mc.Donald's sukses karena selalu mengontrol kualitas dengan ketat, baik kualitas produk maupun kualitas layanan sesuai dengan yang telah ditetapkan. Dalam meningkatkan kualitas Mc.Donald's secara keseluruhan, maka pada tahun 1968, dibukalah Universitas Hamburger di Oak Brook, dekat Chicago, Illinois untuk mengembangkan awak Mc.Donald's dalam berbagai aspek bisnisnya.

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas *product related factors* ( $X_1$ ), *service related factors* ( $X_2$ ), dan *purchase factors* ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat loyalitas konsumen ( $Y$ ) digunakan analisis statistik Regresi Linier Berganda. Dengan menggunakan program komputer SPSS 9.0 didapatkan nilai  $R^2 = 0,7092$  atau 70,92% artinya loyalitas konsumen ditentukan oleh *product related factors* ( $X_1$ ), *service related factors* ( $X_2$ ), dan *purchase factors* ( $X_3$ ).

Persamaan regresi yang terbentuk adalah  $Y = -3,496 + 0,1338 X_1 + 0,0444 X_2 + 0,984 X_3$ . Nilai  $F_{hitung} = 230,0365$  yang lebih besar dari  $F_{tabel} = 2,65$  dan  $p \text{ (Sig)} = 0,000^a$  yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian terbukti bahwa *product related factors* ( $X_1$ ), *service related factors* ( $X_2$ ), dan *purchase factors* ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ( $Y$ ). Secara parsial, variabel *product related factors* ( $X_1$ ) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan koefisien korelasi sebesar 0,778.